



ESTUDO PROPOSITIVO: VIDEOKÊ PRIVATIVO COMO ALTERNATIVA DE ENTRETENIMENTO EM SANTOS

PROPOSAL STUDY: PRIVATE KARAOKE AS AN ENTERTAINMENT ALTERNATIVE IN SANTOS

Arielli Borges Mariano, Elizabeth Nogueira Augusto Alcântara, Flavio Silva Leite Santos,
Stefani Aparecida dos Santos de Brito e Henrique Cesar Nanni

Universidade Santa Cecília, Tecnólogos em Recursos Humanos, Marketing, Logística e
Processos Gerenciais
E-mail para contato: ariellibmariano@gmail.com

RESUMO - Este estudo avalia a viabilidade de criar um espaço de videokê privativo em Santos, SP, utilizando tecnologia avançada para oferecer uma experiência de entretenimento diferenciada. A pesquisa exploratória baseou-se em entrevistas com 70 universitários, análise de mercado e projeções financeiras do empreendimento. Os resultados indicam uma demanda significativa por esse serviço, com alto potencial de retorno econômico. A proposta visa preencher uma lacuna no mercado de entretenimento, contribuindo para o desenvolvimento turístico e econômico da região. O projeto se destaca pela inovação, atraindo públicos com foco em segurança, privacidade e personalização.

Palavras-chave: Videokê, Tecnologia, Entretenimento, Viabilidade Econômica.

ABSTRACT – This study evaluates the feasibility of creating a private karaoke space in Santos, SP, using advanced technology to offer a differentiated entertainment experience. The exploratory research was based on interviews with 70 university students, market analysis, and financial projections for the enterprise. The results indicate a significant demand for this service, with high economic return potential. The proposal aims to fill a gap in the entertainment market, contributing to the region's tourism and economic development. The project stands out for its innovation, attracting audiences with a focus on safety, privacy, and personalization.

Keywords: Karaoke, Technology, Entertainment, Economic Feasibility.

Tipo do trabalho: () Iniciação científica (x) Iniciação tecnológica () Extensão



1 INTRODUÇÃO

O entretenimento sempre foi uma necessidade intrínseca às sociedades, desempenhando um papel crucial na qualidade de vida [1]. Atualmente, essa demanda se diversifica, com o público buscando experiências que combinam tecnologia e exclusividade. Santos, na Baixada Santista, é um dos principais destinos turísticos de São Paulo, atraindo milhões de visitantes por suas praias e eventos culturais [2]. Contudo, há uma lacuna em opções de entretenimento. Partindo dessa premissa, a proposta de um espaço de *videokê* privativo [3] em Santos surge como uma alternativa inovadora, atendendo a grupos de amigos, famílias e casais que buscam lazer personalizado. Para isso, busca-se apresentar um conceito que alie conforto e tecnologia de ponta, oferecendo uma experiência única, para moradores e turistas. O projeto visa desenvolver um ambiente diferenciado, com foco em conforto e imersão, sugerido em um modelo de negócios economicamente viável, capaz de atrair um público diversificado.

Utilizando o "Modelo Canvas de Negócios" [4], o estudo explora a viabilidade do empreendimento, destacando diferenciais como cabines privativas com tecnologia avançada. O ambiente seria temático e personalizável, com opções para ajustar repertório e cenários. Este estudo, de caráter exploratório [5], analisa os desafios e oportunidades do mercado local, levando em consideração o crescimento do setor de entretenimento e a demanda por experiências personalizadas.

As ameaças incluem mudanças regulatórias, oscilações no turismo, possível saturação do mercado e a dependência de tecnologia avançada. No entanto, as tendências globais apontam para o crescimento de experiências imersivas [2], o que torna o *videokê* privativo altamente relevante, especialmente no contexto pós-pandemia, que valoriza segurança e privacidade.

A análise de mercado revelou que não há concorrentes que ofereçam o modelo de cabines privativas com alto padrão. A inovação deste projeto pode não apenas revitalizar o de entretenimento em Santos, mas também contribuir para a economia e o turismo locais [2]. O estudo se fundamenta na relevância e viabilidade do projeto *Videokê*, denominado como “Voz Santista no mercado de lazer da Baixada Santista” e oferece uma contribuição importante para a literatura sobre inovação no setor de lazer, servindo como referência para futuros empreendedores interessados em desenvolver soluções inovadoras no entretenimento.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

A metodologia adotada é de caráter exploratório e tem como objetivo identificar necessidades mercadológicas e desenvolver um modelo de negócios para a implementação de um espaço de *videokê* privativo na cidade de Santos. O processo metodológico buscou



investigar as preferências e expectativas do público-alvo em relação a novas opções de lazer, interesses, experiências, percepção sobre o entretenimento local, além de identificar barreiras e oportunidades para viabilizar o projeto. A metodologia [5] incluiu a coleta de dados primários, por meio de entrevistas com 70 universitários da baixada santista e secundários, com idade entre 20 e 40 anos e uma análise qualitativa consultadas em publicações acadêmicas e relatórios de mercado que abordam tendências e inovações no setor de lazer e entretenimento.

Os dados coletados foram analisados qualitativamente em três etapas principais:

- a) Análise Contextual: cenário atual – revisão literária, concorrentes, características do setor, tecnologias utilizadas, lacunas e oportunidades;
- b) Elaboração de um Business Model Canvas: mapeamento da estrutura do negócio, proposta de valor, relacionamento com o cliente, canais de distribuição, fontes de receita, estrutura de custos e recursos-chave.

Os procedimentos adotados permitiram compreensão profunda do comportamento do público-alvo e das condições do mercado, onde o Canvas [4] ajudou a organizar e estruturar as principais ideias para a criação de um espaço de *videokê* privativo, considerando tanto as oportunidades de mercado quanto as possíveis ameaças ao negócio.

Utilizou-se a ferramenta de inteligência artificial *ChatGPT* para reescrever e refinar os textos, garantindo clareza, coerência e adequação ao padrão acadêmico. A ferramenta foi empregada para eliminar redundâncias, otimizar a linguagem e melhorar a fluidez textual, sempre mantendo a integridade e os objetivos da pesquisa. As sugestões do *ChatGPT* foram revisadas e ajustadas conforme necessário, atuando como um suporte no processo de revisão e reestruturação do conteúdo [6].

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

A entrevista com universitários revelou um forte interesse por espaços de *videokê* privativo, com 75% dos participantes dispostos a frequentar e 60% inclinados a pagar um valor premium por uma experiência diferenciada. A análise de concorrência identificou uma lacuna no mercado local, sem concorrentes diretos nesse segmento.

Embora o estudo tenha limitações, como o foco em uma região específica, ele fornece uma base robusta para futuros empreendimentos no setor de entretenimento. Os resultados destacam o potencial do projeto *Videokê – Voz Santista* para se consolidar como um sucesso local, criando impactos positivos na economia e no turismo da cidade de Santos e na baixada santista, conforme mostra a figura 1.



Figura 1: Business Model Canvas [4].

08 PARCERIAS Lojas de equipamentos Empresas de Marketing Fornecedores alimentos Empresas tecnologias	07 PRINCIPAIS ATIVIDADES Contratação Treinamento Localização Marketing Compras PRINCIPAIS RECURSOS 06 Equipamentos Infraestrutura Capital de Giro Recursos Humanos Recursos Tecnológicos	02 PROPOSTA DE VALOR Pacotes especiais (datas comemorativas) Alta Tecnologia Espaços reservados Privacidade	04 RELACIONAMENTO COM CLIENTES Site da empresa Redes sociais Sistema SAC 03 CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO Espaço físico	01 SEGMENTO DE CLIENTES pessoas curtem - Videokê - Karaokê
09 ESTRUTURA DE CUSTOS Licenças de músicas - Equipamentos - Marketing Equipe de manutenção - Custos operacionais e infraestruturas			05 FONTES DE RECEITA Locação - Consumo - Vendas	

O Business Model Canvas foi a ferramenta estratégica de gerenciamento usada para desenvolver o modelo de negócios, oferecendo uma visão clara e visual de como uma empresa cria, entrega e captura valor. O Canvas é composto por nove blocos que descrevem os principais elementos de um negócio, permitindo uma análise simples e objetiva, ajudando empreendedores e possibilitando-os a identificar pontos fortes, fraquezas, oportunidades e ameaças, além de otimizar a eficiência e inovação. Esses fatores estão alinhados a ODS 8 - Trabalho Decente e Crescimento Econômico, pois o negócio busca promover o crescimento econômico inclusivo e sustentável, além de gerar empregos dignos para todos.

4 CONCLUSÃO

Com base nas análises realizadas, o estudo identificou uma lacuna relevante no mercado de entretenimento local, que carece de opções focadas em experiências exclusivas e tecnológicas. Os estabelecimentos que atualmente oferecem *videokê* integram o serviço como uma atração secundária em bares e restaurantes, sem priorizar uma experiência personalizada de alto padrão. A pesquisa sugere que a implementação de cabines privativas com tecnologia avançada possa preencher essa necessidade e aproveitar de um mercado crescente demanda que busca entretenimento de qualidade e privacidade, tanto entre residentes quanto turistas. Ao explorar essa oportunidade, onde se destaca pela inovação, tecnologia e personalização, podemos afirmar que o negócio terá retorno econômico e contribuirá para o desenvolvimento turístico da cidade.



5 REFERÊNCIAS

1. Souza Neto, J. A. O papel do entretenimento na atualidade. Site Telavita. <https://www.telavita.com.br/blog/o-papel-do-entretenimento-na-atualidade/>
2. Secretaria de Turismo de Santos. Turismo: recorde melhora desempenho econômico de Santos e hotéis têm melhor ano desde 2014. Publicado em: 9 de janeiro de 2024 por Nilton Sergio. Disponível em: <https://www.santos.sp.gov.br/?q=noticia/turismo-recorde-melhora-desempenho-economico-de-santos-e-hoteis-tem-melhor-ano-desde-2014>. Acesso em: 4 set. 2024.
3. Netvistos. O que é: KTV - Sistema de Entretenimento. Site Netvistos, 2024. Disponível em: <https://netvistos.com.br/glossario/o-que-e-ktv-sistema-de-entretenimento/>. Acesso em: 19 ago. 2024.
4. Osterwalder, Alexander; Pigneur, Yves. Business model generation: inovação em modelos de negócios. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011
5. Alexandre, Agripa Faria. Metodologia científica: princípios e fundamentos / Agripa Faria Alexandre. – 3. Ed. – são Paulo : Blucher, 2021.
6. Openai. ChatGPT (versão GPT-4). Disponível em: <<https://www.openai.com/chatgpt>>. Acesso em: 02 set. 2024.